

El emprendimiento y la innovación, el camino al desarrollo

Entrepreneurship and innovation, the road to development

*Lida Alexandra Forero Bernal

Fundación Universitaria
de San Gil - Unisangil

Recibido: 13 de junio del 2014

Aprobado: 13 de julio del 2014

Palabras clave: Emprendimiento, innovación, cultura, desarrollo económico, emprendedores

Key words: Entrepreneurship, innovation, culture, economic development, entrepreneurs

Resumen: Este artículo pretende presentar al lector una breve conexión entre emprendimiento, proceso innovador y la manera en que éstos dos ejes temáticos aplicados al empresarismo pueden propender porque al final del proceso se logre el camino al éxito empresarial, con la contextualización sobre el concepto del emprendimiento tanto en Colombia a través de su legislación como en los diversos conceptos sobre innovación y tendencias. A nivel de mercado es posible terminar con preguntas valederas sobre lo que es importante para las empresas en lo que tiene que ver con capital para invertir y con que, quien emprende debe entender que existe un riesgo que debe ser calculado para mitigar impactos positivos y negativos de la acción misma del emprendimiento en cualquiera de sus tipos.

Abstract: This article aims to present the reader with a brief connection between entrepreneurship, innovation process and how these two themes can be applied to entrepreneurship tending process because at the end of the road to business success is achieved, with the contextualization of the concept of entrepreneurship in Colombia through legislation and the various concepts of innovation and market-level trends may end ASSERTING questions about what is important for businesses as it has to do with capital to invest and who undertakes it must be understood that there a risk, but it must be calculated for both positive and mitigate the negative impacts of the same action of entrepreneurship in all its types.

*Coordinadora de la unidad de emprendimiento de la Fundación Universitaria de San Gil – Unisangil.
aforero@unisangil.edu.co

Introducción

Cuando se inicia un camino de reconocimiento sobre temas que generan espacios de discusión en niveles académicos, económicos y empresariales entre otros, que permiten crear un derrotero sobre la afirmación que en el camino del desarrollo económico se deben tocar diversos temas como son emprendimiento e innovación, vale la pena mencionar, que según Low y MacMillan (1988), Gartner (1989) y, Bruyat y Julien (2000) dan una ruta sobre la investigación en el área del emprendimiento; por ser un tema relativamente nuevo que se encuentra en construcción, especialmente desde la década de los 80, demostrando el creciente interés de académicos e investigadores como, (Low y MacMillan, 1988), (Covin y Slevin, 1991), (Reynolds, 1991), (Learned, 1992), (Bruyat y Julien, 2000), (Varela, 2001), (Rodríguez y Jimenez, 2005), (Villar et al, 2006). Este tiempo se considera bastante corto si se compara con otras áreas sociales, por esto se dice que el área aún se encuentra en su etapa adolescente (Brazeal y Herbert, 1999), (Low, 2001), (Orrego, 2009), es importante remitirse a lo que la ley Colombiana define con respecto al tema en particular y otros derivados del mismo: El Congreso de la República, mediante la Ley No. 1014 de 2006, en su artículo primero define:

a) Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, generando patrones de comportamiento colectivos que establecen una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

b) Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

c) Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

d) Empresarialidad: Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la habilidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

e) Formación para el emprendimiento: Busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que propenden entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

f) Planes de Negocios: Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzarlos. Para Rafael Vesga, Profesor de la Facultad de Administración, Universidad de Los Andes, “El emprendimiento es una actitud básica hacia la identificación de oportunidades y la toma de riesgos por parte de los individuos, en organizaciones de todos los tamaños”, vale la pena puntualizar que se han determinado diferentes tipos de emprendimiento, ante esta perspectiva desde la Ley Colombiana, según el Ministerio de Educación en su documento “La cultura del Emprendimiento en los establecimientos educativos”, fija 6 tipos de emprendimiento, como son:

1. *Científico y/ tecnológico*: Implica la investigación y apropiación del conocimiento conducente al desarrollo, adaptación y mejoramiento de sistemas, artefactos e incluso procedimientos para satisfacer necesidades en los diversos ámbitos de la actividad humana social.

2. *Ambiental*: Son las formas de pensar, de sentir y de actuar desde una conciencia ambiental, a través de la generación de iniciativas e ideas que favorezcan el desarrollo de la creatividad y la innovación para hacer buen uso de los recursos del medio y generar Desarrollo sostenible.

3. *Deportivo*: Es entendido como una forma de pensar y actuar centrada en las oportunidades que brinda el contexto para la realización de programas y eventos deportivos, recreativos o de actividad física, planteada con una visión global llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado.

4. *Cultural o artístico*: Procesos educativos intencionalmente orientados a la creación, participación y liderazgo de actividades, proyectos artísticos o culturales a partir del desarrollo de competencias básicas y ciudadanas.

5. *Social*: Concepción y desarrollo desde lo social de proyectos inherentes a la gestión institucional caracterizado por un conjunto de propuestas que responden a las necesidades problemáticas e intereses de un grupo social.

6. *Empresarial o de Autogestión*: Creación, liderazgo y fortalecimiento de actividades, procesos o proyectos económicamente productivos que propenden por el desarrollo, promoción y comercialización de productos y servicios que satisfagan expectativas y necesidades de las personas o de un mercado objetivo.

De manera conjunta el tema del emprendimiento se liga indiscutiblemente con el concepto de Innovación, como apunta Rafael Vesga Profesor de la Facultad de Administración de la Universidad de Los Andes en su artículo *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta?*, en lo relacionado afirma. “La innovación es el desarrollo de nuevos productos, servicios y modelos de negocio que generen valor para las organizaciones y está relacionada con el crecimiento económico, el tamaño y la dinámica de los mercados, la estrategia de las empresas, la identificación de necesidades latentes en los consumidores, la generación y adaptación de conocimiento y tecnología, la capacidad de los individuos para crear y actuar en grupos interdisciplinarios y la gestión de procesos para mantener un flujo de nuevos productos y servicios”.

La innovación debe ser parte estructural del desarrollo de un país, tratado que es incuestionable, una verdadera cultura o infraestructura que la soporte, debe incluir, además, una serie de condiciones que van desde educación de alta calidad hasta incentivos tributarios sensatos para aquellas empresas que se atrevan a invertir en Investigación y Desarrollo y que por ende generen resultados en Desarrollo de productos, procesos y procedimientos, siendo esta la única manera de superar el índice de mortalidad empresarial en cualquier sector de la economía.

Análisis

Schumpeter se refirió a los emprendedores como: “Personas raras que cuentan con la habilidad para darle visión a una invención, adquirir los recursos para hacerla realidad de una forma útil, comenzar una nueva empresa, y usar la innovación para el crecimiento exitoso de la misma”, y afirmó: “esos individuos son emprendedores” (Citado por Kirchhoff, 1991, p.104). Cuando un emprendedor produce a través del conocimiento una serie de mejoras e innovaciones en productos y diversas transformaciones que generen valor agregado, empieza la trazabilidad en el camino a la innovación, criterio según el cual al tomarse en cuenta permite afirmar de acuerdo a Daniel Lederman, Julián Messina, Samuel Pienknagura, y Jamele Rigolini, en su libro resumen: El emprendimiento en América Latina, muchas empresas y poca innovación, que los analistas e inversores han considerado a las economías emergentes, incluidas las de varios países de América Latina y el Caribe (LAC, por sus siglas en inglés, Latin America and the Caribbean), como los nuevos motores del crecimiento. El crecimiento de estos países antes de la crisis financiera global despertó un entusiasmo que, después de una breve pausa durante la crisis de 2008 se cimentó en las recuperaciones vigorosas de los años 2009 y 2010. Así, se impuso un nuevo guión: gracias a los profundos cambios estructurales nacionales e incluso globales, el potencial de las economías emergentes se había confirmado por fin, el cual basado en la estabilidad en el manejo de indicadores económicos de países como Colombia, México, Brasil o Chile, los cuales en sus comunidades cuentan con unas de las poblaciones más emprendedoras como se afirma en algunos artículos en donde citan que el colombiano hace a su país, uno de los países con más emprendimiento en el mundo –puesto 8 según el índice TEA del Global Entrepreneurship Monitor[1], 2010 - 2012, aspecto que catapultó y condiciona como una fortaleza la cultura de emprendimiento de la región e hizo que los países desarrollados tomaran la decisión de invertir en los países latinoamericanos y del caribe y que los capitales denominados como golondrinas generaran inversiones más estables y duraderas en el tiempo, dando como resultado un desarrollo lógicamente sostenible, equilibrando esfuerzos tanto de los inversionistas como de la demanda de los mercados y las comunidades. Teniendo en cuenta el proceso innovador de las empresas medianas y grandes en comparación con las pequeñas, se encuentra el siguiente comportamiento:

La prima de innovación de las empresas medianas y grandes en comparación con las pequeñas en América Latina y el Caribe, 2010

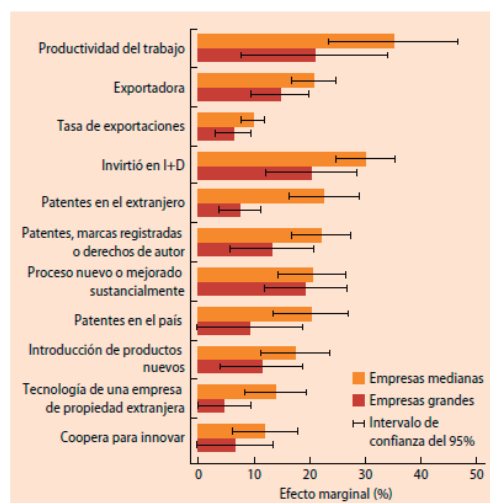


Ilustración 1

Fuente: Banco Mundial, cálculos basados en la Encuesta de Empresas de 2010.

Nota: Las barras representan el efecto marginal de las variables dicotómicas que identifican a las empresas medianas y grandes en una regresión en la que se incluyen también las características del país, la empresa y el sector. Las empresas pequeñas, medianas y grandes tienen 0–50, 51–100 y más de 100 empleados, respectivamente. Se calcularon errores estándar robustos. Todos los países tienen el mismo peso en los promedios regionales. I+D = investigación y desarrollo.

La función empresarial implica el descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades, es decir, nuevos productos, servicios y procesos productivos; nuevas estrategias y formas de organización, diferentes mercados de productos e inputs que no existían con anterioridad (Shane y Venkataraman, 2000), como estos factores se vinculan al crecimiento económico de las regiones pretendiendo que ese crecimiento sea sostenido y genere en realidad aspectos básicos de desarrollo y mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades directamente afectadas por la evolución de las iniciativas empresariales de los emprendedores, evolución enmarcada en generación de empleo de calidad, responsabilidad social empresarial y motor de movimiento económico de las regiones, es donde se genera el interrogante ¿Cómo entra a fortalecer el gobierno central estos emprendimientos? teniendo en cuenta la mortandad de este tipo de iniciativas, ya que según la Cámara de Comercio de Bogotá: “Las que más cierran son las microempresas (78 por ciento), seguido de las pymes (pequeñas y medianas empresas), con el 22 por ciento. Los activos de las empresas liquidadas sumaron, entre el 2006 y el 2008, 14 billones de pesos. Para la Cámara, estos cierres tienen “efectos negativos en el crecimiento económico y son una desventaja para la ciudad porque disminuyen su capacidad productiva, destruyendo inversiones y puestos de trabajo formales así como perdiendo esfuerzos y experiencia de los emprendedores”.

El 78% de los emprendimientos en el país cierran, determinando el mismo estudio de las principales causas para que se presente esta cifra son: “el segmento más vulnerable a los cambios del mercado”. Pero también, otras razones. “Se identificó que los microempresarios no cuentan con capacitación y conocimiento en los temas administrativos y financieros”. Por su parte, los problemas que derivan en la liquidación de las pymes no están relacionados con la falta de preparación de sus emprendedores, “sino asociados en mayor proporción con la falta de liquidez, problemas con los socios y el saldo en cartera”.

Según Alfonso Rodríguez Ramírez, Msc, sobre el emprendimiento en Colombia, al analizar las sociedades desarrolladas hoy en día, se podría concluir que su crecimiento se debe a que han sabido implementar el fenómeno del emprendimiento con diversos motivos de afiliación, logro y poder (McClelland, 1961), como directrices para lograr un desempeño eficaz dentro de sus empresas y contribuir con su crecimiento. Estudiar las empresas como centros de desarrollo del emprendimiento, exige el análisis de las características de los empresarios como emprendedores y sus diversas perspectivas de estudio, además de su entorno, para comprender de manera detallada las diferentes contribuciones e interpretaciones del emprendimiento como fenómeno.

Este argumento introduce en la discusión la cultura que rodea las comunidades como eje principal de ese planteamiento, es por su condición primaria, crianza, entorno que el hombre por naturaleza emprende, o por el contrario, este es emprendedor por necesidad de desarrollar sus propios espacios en donde se generen condiciones que hagan de su marco y proyecto de vida el espacio suficiente y se cumpla con su imaginario sobre felicidad, comunidad, bienestar y desarrollo personal entre otras, o son las dos situaciones las que se conjugan junto con condiciones de entorno, mercado, procesos

de oferta y demanda, las que permiten que los emprendimientos surjan, entonces es posible deducir el hecho, de por qué la mayoría fracasan.

Cuando se analiza el anterior postulado es importante anotar que los emprendimientos fracasan por diversas razones entre las que se encuentran falta de preparación, planeación, conocimiento del entorno, tiempo y recursos, entre otras. La innovación en su condición hará de por sí que el producto o servicio creado en el proceso emprendedor funcione a nivel de mercado, según Rodríguez Ramírez. La Tasa de Emprendimiento Anual para Colombia fue de 21,4 en el 2011-2012, donde uno de cada cinco ciudadanos (de 18 a 64 años), está relacionado con el proceso de creación de empresas. Comparado con Perú con 40,15%, éste presenta un índice mayor que Colombia. En el caso colombiano, “una TEA de 21,4% denota que cerca de 6 millones de adultos, entre 18 y 64 años, están asumiendo el reto de crear nuevas empresas. Este hecho podría indicar que una abundante población colombiana está aceptando la gran tendencia universal de la sociedad de empresarios” (GEM, 2011-2012), datos que confirman la importancia del cambio cultural en latinoamericana y su viraje hacia la creación, innovación y emprendimiento como ejes fundamentales de desarrollo económico y el primer paso para sacar estas comunidades de la informalidad. Definitivamente no hay países subdesarrollados sino personas subdesarrolladas, frase del Dr. Luis Enrique Silva Segura, Consejo Nacional de Acreditación, CNA.

En atención a estas afirmaciones vale la pena puntualizar que es importante tener en cuenta lo que marcan las tendencias mundiales con respecto al comportamiento de los mercados, la cultura, la tecnología, las plataformas del conocimiento y los movimientos internacionales de organizaciones y personas que apalancan ideas productivas e innovadoras para que dejen de ser ideas y pasen por un proceso que les permita convertirse en emprendimientos exitosos.

Conclusiones:

Cuando se habla de emprendimiento es indispensable y está ligado al proceso de creación de cualquier acción considerada como emprendedora, el hecho de innovar, que no es otra cosa que nuevas ideas aplicadas a productos, servicios o procedimientos, razón por la cual, es necesario mencionar la vocación del emprendedor como la fuerza del impulso para llegar a la meta, la cual va enmarcada por las circunstancias de vida de cada una de las personas consideradas como emprendedoras, es importante anotar, que faltan líderes y falta vocación para que las personas persigan lo que quieren, y es determinante hablar en este momento de la felicidad que no es otra cosa sino el espacio que se da entre las circunstancias de alguien y su yo encontrándose en un breve momento, que solo llega cuando se persigue de manera incansable.

Las características de un emprendedor incluyen: Ser descriptivo, persistente, paciente, tenaz y además, tener claro que las prioridades de una empresa son en su orden, las personas, las finanzas, los procedimientos, las ventas, el marketing, la tecnología y las estrategias de innovación, entendiendo que el equipo que conforma debe ser organizado con individuos complementarios que le den equilibrio al ejercicio empresarial y que por ende garanticen el logro de los objetivos propuestos.

En el desarrollo de productos innovadores hay que tener en cuenta lo que está pasando en el mundo, por lo mismo, se debe hablar de matemáticas pues es importante saber identificar las funciones lineales y no lineales en un día a día. El crecimiento exponencial de un producto puede llevar al emprendedor a morir de éxito en el corto plazo por sobreestimarlos y en el largo plazo por infraestimarlos, el ser humano está en constante cambio y esto hace indispensable el mismo proceso en las empresas, hay que tener igualmente presente quiénes conforman el mercado objetivo y las tendencias de las nuevas generaciones ya que éstas cambian de trabajo con más frecuencia, los problemas del momento se solucionan en el momento, son habilidosos y competitivos, desarrollan nuevas herramientas de financiación como el Crow Funding (Financiación Masiva), Brand Equity (Valoración de la marca) y tecnologías como Peddet Watch, (Tecnología en un reloj), ítems que darán la pauta para la incubación de nuevas empresas. Es importante tener en cuenta que el learn startup hace más ágiles las empresas ya que permite aprender, prototipar y validar. El auge del Costumer Centric y el crecimiento de las tribus urbanas reconocen la generación y el desarrollo de nuevos productos donde finalmente hay que entender que las plataformas tecnológicas son las semillas del cambio exponencial.

En mercados cada vez más competitivos y clientes más informados, la tarea de mantenerse vigente requiere mayores esfuerzos en las empresas y en ello, tanto la competitividad como la innovación terminan siendo los elementos clave para sostenerse el mercado.

Quienes tienen cercanía con carreras administrativas tienen la certeza de la correlación entre la competitividad la innovación y los costos, el movimiento actual de los negocios exige ver más allá del manejo eficiente de los recursos, la reducción del desperdicio o el manejo de los tiempos y movimientos, toda mejora aplicada a los procesos mencionados implica INNOVACIÓN. ¿Vale la pena invertir en innovación? ¿Se deben solucionar otros cuestionamientos? ¿La manera como se manejan actualmente la mayoría de las empresas les permitirá mantenerse en el mercado en la próxima década? ¿Las empresas actuales logran características diferenciadoras frente a su competencia directa?

Decidir invertir recursos y tiempo en el tema de la innovación no es tarea sencilla, y más si se tiene en cuenta que en la mayoría de las empresas de la región y del país aún se aplican procesos de gestión tradicional y empírica, máxime si se considera que el aparato productivo Colombiano es impulsado por la pequeña y mediana empresa, este modelo administrativo se niega a romper paradigmas y explorar nuevos caminos por temor a perder el camino andado, efectivamente hay riesgo, pero, ¿no será tal vez más riesgoso mantenerse en el viejo esquema? en el mundo globalizado mantenerse estático y ajeno a los cambios del entorno es sin duda la crónica de una muerte anunciada, ya que si no se realizan cambios en los procesos empresariales, seguramente la competencia si lo hará, es por esto que invertir en innovación es invertir en mejorar procesos, generar productos más rentables y de mayor aceptación en el mercado, invertir en crear valor para clientes internos y externos, en cambios de cultura, canales y redes asociativas, eso es invertir tanto en competitividad como en la continuidad de las empresas.

Referencias

- Barrera, S. P. (2012). *Análisis del campo del emprendimiento desde un estudio de casos*. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/1513/151325816010.pdf>
- Brazeal, D., & Herbert, T. (1999). *The Genesis of Entrepreneurship*. Entrepreneurship Theory and Practice, 29-45.
- Bruyat, C. & Julien, P. (2000). *Defining the field of research in entrepreneurship*. Journal of Business Venturing, 16, 165-180.
- Covin, J. *Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis*. Journal of Business Venturing.
- Covin, J., & Slevin, D. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. Entrepreneurship: Theory and Practice, 7-25.
- Gartner, W. (1995). *Scient direct, Measuring entrepreneurship over time*. Journal of Business Venturing, 10(4), 283–301.
- Learned, K.(1992). What happened before the organization? A model of organization formation. Entrepreneurship: theory and practice, 39-48.
- Lederman, D., Messina, J., Pienknagura, S. & Rigolini, J.(2014). *El emprendimiento en América Latina, Muchas empresas y poca innovación*. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento/Banco Mundial.
- Low &Mac Millán. (1988). Emprendimiento: Past Investigación y retos futuros, Journal of Management. Diario de Gestión 06, 14(2), 139-161. doi: 10.1177/014920638801400202.
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2006). Ley 1014 de 2006. Recuperado de: www.mincit.gov.co/descargar.php?idFile=2331.
- Ministerio de Educación Nacional. (2012). La Cultura del Emprendimiento en los establecimientos educativos, Guía No. 39. Recuperado de: http://www.mineduacion.gov.co/1621/articles-287822_archivo_pdf.pdf.
- Orrego, C. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. Pensamiento y Gestión. N° 27, 235-252.
- Revista Sistemas. Recuperado de: <http://www.acis.org.co/revistasistemas/index.php>
- Reynolds, P. (1991). Sociology and entrepreneurship: concepts and contributions. Entrepreneurship: theory and practice , 47-70.
- Rodríguez, A. (2008). El emprendimiento en Colombia. 4(2).
- Rodríguez, C. & Jiménez, M. (2005). Emprenderismo, acción gubernamental y academia. Revisión de la literatura. Innovar. Julio a Diciembre, 73-89.

Scient direct, Journal of Business Venturing, 10(1), 43–58.

Shane, S., y Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.

Varela, R. (2001). *Innovación Empresarial*. Bogotá D.C.: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Vesga, R. *Emprendimiento e innovación en Colombia: ¿qué nos está haciendo falta?*. Recuperado de: www.eduteka.org/.../013c0c8be764620dec6b2b1d65a...

Villar, C., Toral, D., y Puig, F. (2006). *Corporate Entrepreneurship en Sectores Maduros: Un análisis de la Industria Europea*. Valencia: Universitat de Valencia. España.

